

意國教授：Prada是國寶



遠在Prada（新上市編號：01913）的家鄉意大利，米蘭工業大學商學院的Giuliano Noci教授，為Prada的香港上市興奮不已，「亞洲和中國是奢侈品牌發展的必爭之地，Prada選擇來港上市，覺得是一個非常正確的選擇。」

設計前衛 超華人理解範圍

「我現在就穿着Prada的西裝呢。」Noci教授在接受本報電話訪問時稱：「Prada的設計幾十年如一日前衛、犀利，皮具質量亦是上佳，可當之無愧被稱為意大利國寶，我們都為她驕傲。」

儘管Prada設計出眾，但時常出沒尖沙咀海港城的人們不難發現，相對LV店門前排長龍情形，附近不遠處的Prada，人氣始終略遜一籌，內地客比例亦較LV少。Noci教授指，中國人對Prada認知度不是很高，或許是因Prada的設計，略有超越中國人理解範圍（too much sophisticated）。

但他相信，這種狀況很快就可以改變，並對中國市場潛力充滿信心。「現時中國正處於消費『炫耀期』，這跟上世紀80年代的歐洲沒有分別。西方消費也是經歷10至15年後，才逐漸將購買奢侈品目的，由炫耀轉移自我體驗。中國發展速

度比西方快好多倍，相信5年後，在中國一線城市中，就會湧現相當一部分『No-logo lovers（無商標愛好者）』。」

家族企業通病 股權拒出讓

惟Noci教授眼中，Prada亦有些意大利家族企業的通病，由於當地傳統文化，創辦者通常無法將管理及財產，分而治之。「不少企業家相信，他們自己才是公司最重要財產，總想維持在自己『帝國』中『國王』及『王后』的地位，而不願意放權他人，更不願意將股權拱手讓人。」

他續分析，這也是為何Prada拓展，落後於LV及Gucci原因之一。Prada並未及早引入其他股東，並進行財團化，令其缺乏拓展網絡財力。

雖這次上市，Prada家族的股份會攤薄至80%，但股權仍高度集中。「我們都敬佩Prada夫婦，他們在意大利口碑非常好。夫妻二人對於Prada這個品牌來講，就彷彿是喬布斯在蘋果的角色。」

Noci教授續稱，「但真的很難想像，若他們任何一人離開公司，Prada會變成甚麼樣？」

■本報記者 應毓華



意大利米蘭工業大學商學院 Giuliano Noci教授表示，Prada選擇來港上市，是一個非常正確的選擇。

（受訪者提供）